Verbraucherzentrale
Hamburg

# Die 13 beliebtesten Tricks, um höhere Preise raffiniert zu verstecken

Seit Jahren sammeln wir Produkte, bei denen es durch veränderte Packungsgrößen zu versteckten Preiserhöhungen gekommen ist. Sie werden staunen, wie man Ihnen das Geld aus der Tasche zieht. Und im schlimmsten Fall merken Sie es nicht einmal. Das sind die Tricks der Unternehmen.



© iStock.com/Halfpoint

Stand: 22.01.2024

Im letzten Jahr sind die Preise für Lebensmittel und Drogerieartikel stetig gestiegen. Doch nicht immer ist das ganze Ausmaß auf den ersten Blick erkennbar. Der Grund: Hersteller und Händler bedienen sich zahlreicher Maschen, um höhere Preise zu verschleiern. Wir haben 13 beliebte Tricks für Sie zusammengestellt, damit Sie im Supermarkt nicht in die Falle tappen.

## Nr. 1 Shrinkflation-Trick

Bei gleicher Packungsgröße und identischem Preis schrumpft der Inhalt eines Produkts. So reduzierte das Unternehmen Katjes, die Füllmenge vieler Fruchtgummi-Packungen von 200 auf 175 Gramm. Das verteuerte die Süßigkeiten um mindestens 14 Prozent.

## Nr. 2 Mehr-drin-Trick

Ein Produkt mit mehr Inhalt suggeriert zunächst ein Schnäppchen, wird aber zu einem deutlich höheren Preis verkauft. So wirbt Campari für seinen Aperol Spritz mit dem Hinweis „Neu jetzt mit mehr Inhalt“, aber unterm Strich ist das Mixgetränk 31 Prozent teurer, denn der Preis ist überproportional gestiegen.

## Nr. 3 Günstiger-Trick

Bei einem Produkt wird nicht nur die Füllmenge gesenkt, sondern auch der Preis. Dabei entspricht der Preisnachlass aber nicht dem reduzierten Inhalt. Beim Bio Fencheltee von Aldi hat der Hersteller den Inhalt von 75 auf 40 Gramm reduziert, und der Preis sinkt von 1,49 Euro auf 1,19 Euro. Das entspricht trotzdem einem Preisaufschlag von 50 Prozent.




© Verbraucherzentrale Hamburg




© Verbraucherzentrale Hamburg




© Verbraucherzentrale Hamburg

---

## Nr. 4 Weniger-drin-und-teurer-Trick

Bei diesem Preistrick sinkt nicht nur die Füllmenge eines Produkts, sondern es wird zusätzlich der Preis erhöht. Auf diese Weise fällt der Preisanstieg deutlich höher aus. So auch bei der Mundspülung Listerine Total Care: Der Inhalt schrumpft von 600 auf 500 Milliliter, der Preis steigt vermeintlich moderat von 4,45 Euro auf 4,95 Euro. Die doppelte Preiserhöhung beträgt fast 34 Prozent.

---

## Nr. 5 Händler-Trick

Ein und dasselbe Produkt geht bei verschiedenen Einzelhändlern in Packungen mit abweichenden Füllmengen in den Verkauf – allerdings zum gleichen Preis. So kosten beispielsweise die Lachgummis von Storck bei Rewe und Budni 1,19 Euro, aber die Packung beim Drogeriehändler Budni hat 50 Gramm weniger Inhalt.

## Nr. 6 Sammelpack-Trick

Sammelpackungen werden genutzt, um Produkte scheinbar preisgünstig, jedoch im kleineren Format anzubieten. Der Inhalt des Oreo Eis-Sammelpacks von Froneri, schrumpfte 2023 von 4 auf 3 Stieleise mit jeweils 90 statt 110 Millilitern Eis. 63 Prozent teurer wurde die Eispackung dadurch bei gleichem Verkaufspreis.




© Verbraucherzentrale Hamburg




© Verbraucherzentrale Hamburg

## Nr. 7 Skimpflation-Trick

Durch einen geringeren Anteil an wertgebenden Zutaten verschlechtert sich die Qualität eines Produkts. Die Hersteller sparen Kosten und erhöhen ihre Marge. Bei seinem Kærgården Mischstreichfett beispielsweise senkte Hersteller Arla den Anteil an Butter und Rapsöl und fügt stattdessen mehr Wasser zu.

## Nr. 8 Dosier-Trick

Veränderte Dosiervorgaben führen dazu, dass größere Mengen eines Produkts verbraucht werden. Bei vielen Sirupsorten von Sodastream soll man seit 2023 pro Liter Getränk mehr Konzentrat einsetzen. Gleichzeitig schrumpfte die Füllmenge pro Flasche, sodass der Preis um 33 Prozent steigt.

## Nr. 9 Markenwechsel-Trick

Die Einführung eines Produkts unter einer anderen Marke wird genutzt, um den Preis drastisch zu erhöhen. Mondelez produziert seine ehemaligen 7Days Brotchips seit 2023 unter der Marke Tuc als Bake Rolls. Die Rezeptur des Snacks wurde praktisch nicht verändert. Dennoch kosten die Chips 127 Prozent mehr.




© Verbraucherzentrale Hamburg




© Verbraucherzentrale Hamburg

---

## Nr. 10 Größere-Packung-Trick

Die Verpackung wird größer, aber die Füllmenge kleiner – wie bei der Chocolat Amandes von Aldi. Der Umkarton der Schokolade ist seit letztem Jahr 22,5 statt 18 Zentimeter lang, der Inhalt aber von 184 auf 150 Gramm geschrumpft. Um insgesamt 30 Prozent teurer wird das Produkt, obwohl die Packung darüber hinwegtäuscht.

---

## Nr. 11 Sorten-Trick

Verschiedene Sorten eines Produkts werden mit weniger Inhalt verkauft, so zum Beispiel der Große Bauer-Joghurt. Die Sorten Schokosplit Erdbeere und Pürierte Früchte stehen beispielsweise mit nur 225 Gramm pro Becher zum gleichen Preis im Regal wie andere Sorten mit 250 Gramm Inhalt. Der Preisaufschlag beträgt 11 Prozent.




---

## Nr. 12 Füllmengenkarussell-Trick

Manche Hersteller verändern regelmäßig die Füllmengen ihrer Produkte. Das stiftet Verwirrung und erschwert den Preisvergleich, wie im Fall der Pringles Chips: 200, 170, 195, 180, 165, 190, 200 und 185 Gramm betrug der Inhalt pro Dose von 2006 bis 2022. Bis zu 90 Prozent teurer wurden sie in diesem Zeitraum.




© Verbraucherzentrale Hamburg

## Nr. 13 Nachfolgeprodukt-Trick

Hersteller behaupten, dass das Nachfolgeprodukt ein nicht vergleichbares und deutlich höherwertiges Produkt sei, sodass der Vorwurf der Shrinkflation nicht zutreffe. Zusätzlich vergeben die Hersteller eine neue EAN-Nummer, als ob dies allein schon ausreichen würde, ein neues Produkt zu „kennzeichnen“. Aus unserer Sicht ein Taschenspielertrick. Denn Aufmachung, Design und Inhaltstoffe sind in vielen Fällen häufig sehr ähnlich zum Vorgängerprodukt. Beispiel: Dove Advanced Care Duschcreme von Unilever von Unilever, hieß früher *Dove Intensive Pflege Pflegedusche*. Aber 27 (!) von 29 Inhaltsstoffen des Duschgels sind identisch. Auch die hervorgehobene „MicroMoisture“-Technologie ist schon seit vielen Jahren im Einsatz. Aus unserer Sicht viel Marketingsprech – trotzdem müssen Verbraucherinnen und Verbraucher durch eine Füllmengenreduzierung und die zusätzliche Erhöhung des Verkaufspreises nun das Doppelte bezahlen.




© Verbraucherzentrale Hamburg

## DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Haben Sie auch Mogelpackungen bzw. versteckte Preiserhöhungen entdeckt? Dann freuen wir uns über eine E-Mail, oder Sie nutzen unser Kontaktformular, um Informationen an uns weiterzugeben. Ob Fruchtgummi, Flüssigwaschmittel oder Frischkäse – wir veröffentlichen hier auf unserer Website und in den sozialen Netzwerken regelmäßig aktuelle Beispiele.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/die-13-beliebtesten-tricks-um-hoehere-preise-raffiniert-zu-verstecken